

未来へと「つながる」、「ひろがる」神奈川の美「横浜スカーフ」の歩み
培ってきた匠の技、デザインが「世界へ」、「新しき匠へ」

はじめに

神奈川の港町「横浜」、その街は、江戸時代には、五街道の一つで江戸から京都までの街道である東海道沿いの小さな漁村であったが、明治維新の開国時に開港した。港町であることから、海外との玄関口で物流の町と思われがちであるが、横浜では、明治維新後に各地から移り住んだ職人たちにより数多の物作りが行われている（図1〈明治維新頃の風景〉）。

開国により日本からの輸出品として、日本の殖産興業の柱として絹にかかる産業が発展していった。明治時代における輸出品は、その輸出品の70%が絹関連製品で、横浜にある貿易品を扱う倉庫の中で絹を扱う倉庫の床は総桐板張りであったと言われている。第二次世界大戦後にも、絹産業は隆盛となり、輸出は世界シェアの80%、シェアも平成10年頃までは、90%を占めていた。

この絹関連製品の輸出品の中に、「横浜スカーフ」がある。横浜スカーフは、1876年セントルイス、1878年パリ、そして1880年メルボルンと、当時世界最高の万国博覧会において、数々の賞を受賞した。長い間、世界最高のシルク製品の産地であったが、時代の変遷とともに、好、不況の嵐に揉まれながら、神奈川（横浜）の物作りを支えていった。

1. 絹関連製品の輸出の始まり

明治に入り、時の明治政府は、日本からの輸出製品並びに殖産事業の柱として生糸、すなわち絹関連事業にかかる各種政策を実施していくことになる。江戸時代までは米の生産が時の施政者により強制されていたが1871（明治4）年に作物を自由に作れるように法を制定したことにより、多くの場所で米が繭に、田んぼが桑畑へと変わって行った。江戸時代までは、副業的だった養蚕を主力とするものも増えていったのである。

2. 横浜スカーフの誕生

明治の絹関連製品の輸出、殖産事業の中で一人の男が、後に「横浜スカーフ」と呼ばれる製品を日本から海外へ送り出したのである。その男は日本初の絹洋装にかかるブランドを立ち上げていくこととなる。彼は、明治6年オーストリアウィーンで開かれた万国博覧会へ日本絹業界の代表として派遣され、欧米の優れた技術を吸収し、明治時代から絹洋装の代名詞でもあり、日本初海外で著名であったブランド「S. SHOBEY」、シルクストアー椎野正兵衛商店の礎を築いたのである（図2〈椎野正兵衛作デザイン画〉）。

日本から付加価値の高い輸出品となっていたのは、手巾（ハンカチ）である。最初は、白無地、後に色付き、柄付きと次第に付加価値の高い製品となっていた。このハンカチで約61cm四方を超える大判の物がスカーフと呼ばれ、欧米の貴婦人、世界を虜にした「横浜スカーフ」である。

3. 横浜が育てた匠とその技

繊維製品の基となる生地の様付は、糸の段階で色付けし、織、編みにより模様を出す物、生地状態で色付けする物、生地にデザインの柄を模様染する物に大別される。横浜スカーフは、無地の生地に横浜捺染と呼ばれる技法により模様染するものである。横浜捺染と呼ばれる技法で浮世絵の制作技法に求めることができる。その技を活かし発展させていたのが横浜で生まれた数多くの匠である。

横浜から輸出されたハンカチ、スカーフで相手先より需要が多かったのは、更紗のように模様染された物であった。羽二重に木版で捺染した模様染のハンカチは明治 20 年代からフランスで好評を博し、輸出が盛んとなっていった。木版更紗の技法は、基本的には、木版画と同じものであるが、版画と異なるのは紙ではなく薄地の絹織物であり、木版画とは異なることから生地に合わせた工夫がされ、技術が成長していった。木版更紗の技法によるハンカチ、スカーフ製造は、大正から昭和初期までが全盛期で、その後の技術によりだんだん廃れていき、昭和 25 年頃まではその技術が残っていたが、現在は消滅し、幻の技術なっている。

次にハンカチ、スカーフの製造技法の中心となったのが、紙型を用いた紙型捺染という技法である。日本には、丈夫な和紙が存在し、その紙を補強する柿渋、製造に使用する糊があり、この紙型捺染が捺染によりハンカチ、スカーフの製造を行うための重要な技法となっていた。この捺染に使用する紙型は、伝統的な型紙である伊勢や京都の呉服の染めに使用していた型紙の流れを汲んでいる職人が多いといわれ、京都の友禅の染めを行っていた職人が東京の仕事場に、ハンカチの盛況を聞いて横浜へやってきたこともあったという。

この紙型捺染の技法も、スクリーン捺染の登場により、その製法により製作するハンカチ、スカーフも姿を消していき、型紙の技法を持つ職人自体も風前の灯の状況である。昭和 30 年代に入ると、感光製版による捺染型の製作技法が開発され、それ以降は、ハンカチ、スカーフ製造の主役となっていた(図 4 <横浜スカーフ生産の流れ>、図 5 <横浜スカーフ捺染工程>)。現在は、新たにインクジェットプリンターを用いたデジタル捺染と言われる技法による技術が用いられている(図 6 <デジタル捺染機による捺染>)。このデジタル捺染という技法は、2015 年国連サミットで採択された世界的取り組みである「SDGs (持続可能な開発目標)」に沿った製造技術と合致するものである。

現在は、アナログ捺染と呼ばれ手作業である「手捺染」、「オート捺染」、デジタル捺染と呼ばれるインクジェットプリンターを用いた捺染が行われている。

ハンカチ、スカーフに係るデザイン、意匠は、日本古来の伝統的なデザイン、明治維新以後に日本に入ってきた西洋文化が融合したデザインであり、これらのデザインが、欧米の貴婦人、世界を魅了していった。

これら、世界を魅了したデザインは、業界団体である日本輸出スカーフ等製造工業組合から横浜市に寄贈され、横浜市工業技術支援センター移管されにおいて保管、アーカイブ資料として 2015 年 1 月より公開されていたが、2022 年 3 月 1 日に横浜市歴史博物館に移管されている。このデザインの数は、意匠データ約 15 万件、スカーフ現物資料約 11 万点にのぼるものである。

これらのデザインを活用すべく、横浜市は、「地域資源(横浜スカーフ)の活用による産業活性化事業」とし、業界と協力し、調査研究を行い、同事業に係る調査報告が横浜市経済局から平成 26 年 3 月に調査報告書として出版されている。同事業において横浜スカーフに係る SWOT 分析結果(図 7)が出され、今後の指針として出されている。

4. 培ってきた匠の技、デザインが「世界へ」、「新しき匠へ」

横浜スカーフは、現在は、中国等からの廉価品の拡大、需要の低迷によりこれ以上減ってはといえるほどに流通量が減っている（図8＜横浜捺染産業の生産と輸出の推移＞）。

大日本蚕糸会による業界統計による国内蚕糸絹業業界の概要による1975年と2012年の対比で見ると（注）、

養蚕農家個数	1975年248,400戸、2012年571戸で、対比0.2%
製糸運転工場数	1975年123工場、2012年7工場で、対比5.7%
絹織物生産量	1975年156,494千㎡、2012年9,974千㎡で対比6.4%

この様に絹にかかる産業が衰退している状況であるが、明治からの伝統的な横浜スカーフを未来へとつなげる芽は、少しずつではあるが芽吹いているといえる。横浜市は、地域産業（横浜スカーフ）の活用に係る調査を業界と協力し、弁護士力を借り、今後の活用に係る活動を開始された。残されたデザインの中には、現在でも世界的に通ずるものも多くあり、世界には日常的にスカーフを使用している方も多くいる。この今まで培ってきた匠の技、デザインは世界へ広がっていくことができるものである。その技は、新しい後継者である匠に引き継いでいくことが重要である。

業界団体である横浜繊維振興会は、スカーフの普及のために親善大使を委嘱しているが、この親善大使は、年齢幅が広く、各年代の人へ広範囲で横浜スカーフの普及のためにPR活動に従事し、活躍している。

絹を主体とした展示を行なっているシルク博物館、業界団体、産学による活動が、地道ではあるがこれからの発展への道筋、多くの匠を育て、産業の発展の未来を示している。

おわりに

横浜スカーフは、絹ハンカチの製造から始まった港町横浜の地場産業であるが、製造が始まった当初は輸出優先の業界であった。横浜スカーフは、業界の人に言わせると現在どん底の状況であるという。横浜開港の後に誕生した横浜スカーフが輸出と内需拡大にどのように今後を生きていくか興味深いものである。

スカーフそのものは、絹、綿、ポリエステル等の人造繊維性と多種多様な材質の製品が存在する、その中でも横浜スカーフは絹に横浜スカーフの命ともいえる明治から伝承された、新しく開発されたデザインを横浜捺染により製品化され、他の製品と差別化している。他の製品、特に欧米のブランドの製品は高品質のものが多く、横浜スカーフと競合関係を生んでいるが、高品質の欧米のブランド品と対等に競えるだけの品質をもったものであり、十分に共生していけるものである。スカーフは、服飾品の中でもアクセサリ的な色彩があり、必ずしも必要とするものではないが、ファッションにおいて人を素敵に飾る、服装を華やかにしてくれるものである。人の美を華麗に彩ってくれる脇役であり、人にとって重要な脇役となってくれることと思われる。

横浜スカーフの今後のためには、製造、流通と考慮する必要があることが多く存在するが、特に製造に関わる匠の高齢化、後継者への技術の伝承が必要な不可欠な状況である。製造に関わる技術を有する匠の技を後継者へとつなげ、新しき匠へ育てていく必要がある。また、明治以来、100年以上にわたるデザインが蓄積されているがこれらをこれからの匠のために活用していく方策を行政、業界協力のもとに構築する必要がある。

図1 <明治維新頃の風景>



出展：2024年12月13日 閲覧協同組合ギルダ横浜 HP <https://gilda.yokohama/>

図2 <椎野正兵衛作デザイン画>



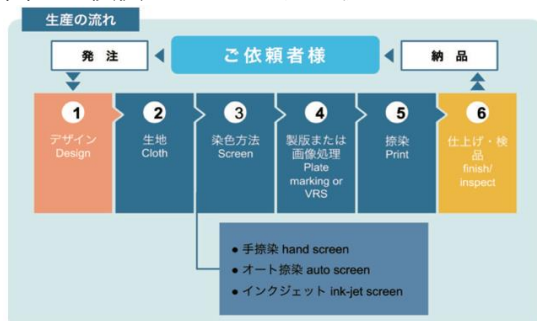
出典：2024年12月13日 閲覧株式会社椎野正兵衛商店 HP <http://www.s-shobey.co.jp>

図3 <現代の横浜スカーフ>



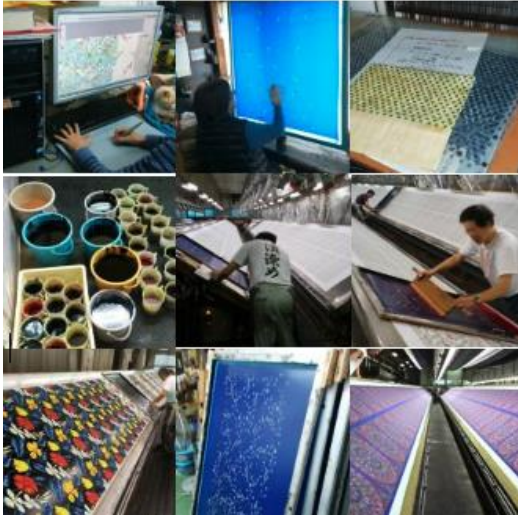
出典：2024年12月13日 閲覧株式会社椎野正兵衛商店 HP <http://www.s-shobey.co.jp>

図4 <横浜スカーフ生産の流れ>



出展：2024年12月13日 閲覧協同組合ギルダ横浜 HP <https://gilda.yokohama/>

図5 <横浜スカーフ捺染工程>



出展：2024年12月13日 閲覧協同組合ギルダ横浜 HP <https://gilda.yokohama/>

図6 <デジタル捺染機による捺染>



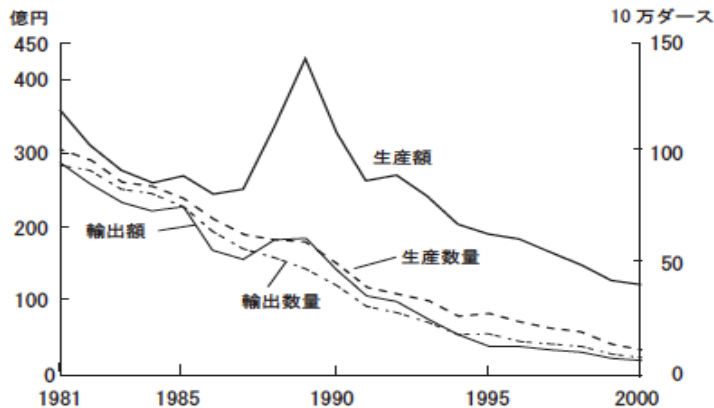
出展：2024年12月13日 閲覧
Seiko Epson Corp./Epson Sales Japan Corp. HP(<https://www.epson.jp/products/textile/>)

図7 <横浜スカーフのSWOT分析>

内部環境		外部環境	
強み(Strength)		機会(Opportunity)	
横浜スカーフの歴史・伝統 “横浜”そのものが持つブランド力		国内市場における競争相手の減少 市内企業による市場占有率の上昇	
弱み(Weakness)		脅威(Threat)	
製造	人材問題	後継者難	取引先
		職人の高齢化	
		技術継承の危機	問屋主導のものづくり
横浜市内で生産が完結しない		海外との価格競争	
企画力・デザイン力がない		インクジェットプリンター等の技術革新	
販売	販路	販路開拓がうまくいかない	市場衰退
		ネット販売がうまくいかない	
		横浜スカーフのPR力がない	ファッションのカジュアル化 スカーフ需要の衰退
		横浜スカーフの価値が一般に浸透していない	

平成 26 年 3 月横浜市経済局調査報告書
『地域産業（横浜スカーフ）の活用による産業活性化事業』

図8 <横浜捺染産業の生産と輸出の推移>



2024年12月13日閲覧

沖田耕一著「横浜スカーフ産業の変容 (fulltext)」

地理学会・学芸地理 (64) :61-69

東京学芸大学 HP (<https://u-gakugei.repo.nii.ac.jp/records/29033>)

(注)

平成26年3月横浜市経済局調査報告書『地域産業（横浜スカーフ）の活用による産業活性化事業』

【参考文献・URL】

平成26年3月横浜市経済局調査報告書『地域産業（横浜スカーフ）の活用による産業活性化事業』

飯塚一雄著『横浜スカーフの歩み-職人が築いた世界的商品-』

(郷土神奈川34号)、神奈川県立図書館、1996年

小泉勝夫著『開港とシルク貿易 蚕糸・絹業の近現代』(株)世織書房、2013年

2024年12月13日閲覧 横浜繊維振興会 HP <http://www.yokohamascarf.com/>

2024年12月13日閲覧 協同組合ギルダ横浜 HP <https://gilda.yokohama/>

2024年12月13日閲覧 株式会社椎野正兵衛商店 HP <http://www.s-shobey.co.jp>

2024年12月13日閲覧 一般財団法人大日本蚕糸会 蚕糸・絹業提携支援センターHP

シルクレポート(2011年11月号 No.21)<http://silk-teikei.jp>

2024年12月13日閲覧 一般社団法人シルクセンター国際貿易観光会館

シルク博物館 HP <http://www.silkcenter-kbkk.jp/museum/>